

dmg :: events

inspire  
enthouse  
support

<報道関係各位>

2011年10月31日  
dmg::events Japan  
ad:tech 日本事務局

## 国際カンファレンス『ad:tech tokyo 2011』盛況のうち閉幕 総来場者数 11,856 名を記録

10月26日(水)、27日(木)、28日(金)にザ・プリンスパークタワー東京で開催された『ad:tech tokyo 2011』(以下 ad:tech)は、3日間で延べ 11,856 人の来場者数を記録し、目標来場者数を上回る結果となりました。

3日間で、合計 6 つの基調講演と 36 のセッションが行われ、展示会場も含めたいずれのスペースでも最後まで活発な議論や趣向をこらしたワークショップ等が展開されました。国内での開催 3 回目となる今回は、公式スピーカー数 147 名出展・協賛社数 110 社と規模を拡大し、国内外のトップランナーによる業界を越えたマーケティング最新情報が発信されました。同時に、twitter や facebook でもリアルタイムの投稿が頻繁に行われ、会場でもオンライン上でも盛況のうちに閉幕しました。

下記に、10月28日(金)に行われました基調講演とセッション内容の一部をご紹介します。

### <KEYNOTE PRESENTATION 概要>

午前中には下記 3 つの基調講演が行われました。

- タイトル: Do or Die: ブランドがいかに顧客との関係を築き、持続させるかについて再考する
- スピーカー: Clark Kokich (Chairman, Razorfish)

Razorfish 代表の Clark Kokich 氏は、メディアと顧客の状況が常に変化する中で広告業界が直面する課題を概説し、成功するための法則と事例を交えながら披露しました。顧客満足度を高めるためには、チャネルよりもまずアイデアを重視し、「言うこと」よりも「行うこと」が重要であると再認識させられる講演となりました。

- タイトル: ジャーニー・オブ・ストーリーテリング ~テクノロジーによって変革するブランドと消費者との関係~
- スピーカー: Stephen Kim (General Manager, Global Creative Solutions organization Microsoft)

Microsoft の Stephen Kim 氏は、オーディエンスに向けた没入型(バーチャルリアリティ)、個人向け、さらに共同で行うキャンペーンを支援するオンラインテクノロジーの進化を、様々な事例を通して示されました。様々なアイデアを実行する上で必要となるツールも紹介されました。

- タイトル: デジタル時代におけるトラディショナルメディアの戦略と将来像
- スピーカー: Rob Grimshaw (Managing Director, FT.com, Financial Times)  
野村裕知 (日本経済新聞社 執行役員 デジタル編集局長)
- モデレーター: 片山直子 (電通 グローバル・ソリューション・センター 戦略プランニング部長  
プランニング・ディレクター)

Financial Times の Rob Grimshaw 氏と日本経済新聞社の野村裕知氏は、デジタル技術が進化する中で、日欧それぞれの新聞社による新しい成功事例を発表しました。無料で多くの情報が収集できる現在、今後トラディショナルメディアがオンラインで勝ち残るためには、信頼できる媒体ならではの「価値」が重要視されることと共に、時代に柔軟に対応する必要性が語られました。



<KEYNOTE PRESENTATION>

<SESSION 概要>

- タイトル: スマートフォン広告で成功するエコシステムを作り出すカギを探せ! (M-1)
- パネリスト: 岸原孝昌 (一般社団法人モバイル・コンテンツ・フォーラム 常務理事)  
北俊一 (株式会社野村総合研究所 上席コンサルタント)  
夏野剛 (慶應大学 政策メディア研究科 特別招聘教授)
- モデレーター: 宝珠山卓志 (株式会社ディーツーコミュニケーションズ 代表取締役社長 CEO)

スマートフォントラック第一弾の本セッションでは、iモードの生みの親である夏野剛氏をはじめとするパネリストが登壇されました。

今まで日本の携帯電話市場は、世界各国と比べ特有なものでしたが、iphone や Android の出現でスマートフォン市場が急進しています。それを踏まえ、今後の日本のモバイル市場や新端末普及によるグローバルスタンダード化への課題などについてそれぞれのパネリストの観点をお話いただきました。



## <CLOSING KEYNOTE PRESENTATION 概要>

- タイトル:新ソーシャルメディア時代にブランドはどう向き合うべきか?
- パネリスト: Erik Johnson (Vice President, Facebook Asia Pacific)

大勢の観客を前に閉幕の基調講演をされたのは、ソーシャルメディアの普及の代名詞ともいえるプラットフォーム、Facebook の Asia Pacific の Vice President である Erik Johnson 氏でした。

人々の生活へソーシャルメディアが深く根付くにつれ、デジタル時代到来以前のような人と人とのつながりが復活していると Johnson 氏は語られました。

ソーシャルメディアを通し、匿名ではなく、自分の関心のある友人の情報をることにより、一層様々な事柄に興味・関心を人々は示します。この点はマーケティングやビジネスには新しい可能性であり、「Connected World(つながりのある世界)」を実際にどのように活かすことができるかを facebook の事例を通して紹介しました。ソーシャルメディアは単なるプラットフォームを越え、私たちの人生そのものを映し出すことさえ出来得る新メディアだということを認識させられる講演でした。



### ■『ad:tech tokyo 2011』開催概要

- 【開催日時】 2011年10月26日(水)~28日(金)
- 【会場】 ザ・プリンス・パークタワー東京
- 【主催】 ディーエムジー・イベント・ジャパン

### ■ad:tech について

ad:tech は、世界のマーケティング・コミュニケーション業界の従事者を対象にした会議イベント。ニューヨーク、サンフランシスコ、ロンドン、シンガポール、シドニー、メルボルン、ニューデリー、東京で開催されています。ad:tech は、米国カリフォルニア州に本社を置く dmgs::events によって運営されています。出展企業、講演者、イベント、予定されているカンファレンスについては、[www.ad-tech.com](http://www.ad-tech.com) をご覧ください。

### ■dmgs::events について

dmgs::events (<http://www.dmgevents.com/>) は、世界で 150 を超える業界大手のカンファレンスや展示会をプロデュースし、25 種類の関連雑誌、新聞、ディレクトリ、市場レポートを発行しています。世界各地に 30 を超えるオフィスを構え、750 人以上の従業員を擁しています。dmgs::events は、英国最大のメディア企業である Daily Mail and General Trust plc (DMGT) の 100% 子会社です。DMGT の詳細については、[www.dmgt.co.uk](http://www.dmgt.co.uk) をご覧ください。

### ■本リリースに関するお問い合わせ

ディーエムジー・イベント・ジャパン  
担当: 中村寛子  
東京都港区赤坂 7-3-37 プラスカナダ 1 階  
Tel: 03-6894-7430  
Email: [adtech@adtech.co-site.jp](mailto:adtech@adtech.co-site.jp)

### ベクトル グループ(プラチナム)

担当: 馬島、與芝(よしば)  
〒107-0052 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18F  
Tel: 03-5572-6073 Fax: 03-5572-6075  
Email: [adtech\\_tokyo@vectorinc.co.jp](mailto:adtech_tokyo@vectorinc.co.jp)